et si je me mettais aux réseaux sociaux !

Marie Monziols
Olivier Raviart
Jean-Luc Lesueur
Sous la direction de Stéphanie Brouard

Se lancer et les utiliser mode d'emploi

EYROLLES

ISBN : 978-2-212-55843-2

Chapitre 1

Pourquoi j'irais sur les réseaux sociaux ?

Après avoir lu ce chapitre, vous comprendrez davantage l'engouement pour les réseaux sociaux. Vous connaîtrez les raisons de leur fréquentation et leurs usages.

Vous vous serez aussi familiarisé avec les réseaux sociaux, jusqu'à oser faire vos premiers pas sur Twitter, désormais décomplexé et averti.

Jusqu'ici, tout allait très bien sans…

Jusque-là, tout était parfait. Le temps s'écoulait sereinement entre la vie de famille et un boulot satisfaisant, où vos années d'expérience vous permettaient de vous lover dans un quotidien confortable. Si bien que vous vous voyez confier désormais de plus en plus de responsabilités, tout en douceur.

Cet équilibre-là, vous le méritez. Cette vie paisible, vous l'avez gagnée à force de travail et d'énergie. Vous avez même, à présent, un peu de temps pour vous, ô miracle. Le temps de votre cours de sport du lundi et de votre ensemble de musique du mercredi, le temps d'aller vous aérer le week-end à la campagne ou dans le centre-ville pour une balade, le temps même, parfois, d'organiser un dîner entre amis dans la semaine.

Mais les réseaux sociaux s'imposent

Et puis, il y a ce jour où tout bascule. Un projet qui tombe, un événement que vous coordonnez, et une réunion de lancement avec le nouveau chef du département. « Tu briefes la *team blogging*, tu uploades le *teasing* sur YouTube et Daily, tu organises l'événement sur Viadeo et Link et tu relayes sur FB. Ah oui…

J'oubliais : tu planifies aussi un live-tweet pour le jour J. Enfin, ça va de soi, quoi… »

Ça va de soi ? Bouche bée, vous essayez de retenir le message codé sans parvenir à le décrypter. Et la seule chose que vous réalisez avant que son émetteur n'ait tourné les talons, c'est que le jour J est dans exactement 2 semaines et 5 jours. C'est décidé, ce midi vous vous octroierez un peu de temps pour vous, histoire de prendre une once de recul, et irez pour une fois déjeuner dehors avec quelques collègues.

Grave erreur ! À table, c'est l'occasion de revenir sur les activités du week-end et… Marie vient de recevoir ses nouvelles chaussures qui l'avaient tant fait craquer sur Pinterest, Marc a préparé son prochain voyage en Norvège sur TripAdvisor et booké ses réservations d'appartements sur Airbnb, Arnaud a fait une rando « mémorable » à vélo sur les conseils de son forum en ligne, et Édith, elle, a rencontré quelqu'un de formidable… « Hi hi, encore sur Adopte », souffle Marie.

Pendant tout le repas, vous souriez béatement et tentez de donner le change, tout en épongeant discrètement les gouttes de sueur froide qui perlent sur votre front, pendant que la musique lancinante de *Psychose* semble avoir élu domicile dans votre tête. Non, vous n'allez pas craquer. « Ça va de soi… ! » Pour l'heure, il vous tarde quand même de regagner vos pénates pour prendre une bonne douche et effacer les traces de ce qui ne peut être qu'un cauchemar.

La journée vous paraît interminable. Et quand vous réintégrez enfin votre *home sweet home*, ouvrant la porte dans un soupir de soulagement, c'est le plus grand capharnaüm jamais vu jusqu'alors qui attend narquoisement votre désarroi sur fond de musique à pleins tubes.

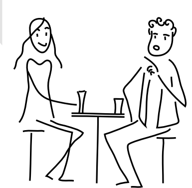
Les enfants… L'aîné vous cueille la mine déconfite une passoire sur la tête, laissant la benjamine suspendue en poirier sur une installation hasardeuse de mobilier empilé.

« Mais qu'est-ce que vous faites ?

– Ben… une vidéo YouTube. Tssé, c'est pour un concours Facebook… Enfin, laisse tomber, tu ne peux pas comprendre. »

Le verdict est tombé comme un couperet. Allez-vous vraiment laisser tomber ? Le chemin à emprunter pour que « ça aille de soi » n'est peut-être pas si long que vous le croyez dans ce moment d'abattement. Aujourd'hui, vous vous sentez vraiment paumé, mais vous n'allez tout de même pas laisser ces satanés réseaux sociaux vous couper de vos enfants, de vos collègues, de votre entourage, et surtout entamer vos performances professionnelles. Si vous vous sentez à côté de la plaque, il est peut-être temps de prendre le virtuel en main. Si tout le monde y est, pourquoi pas vous ?

Vu et entendu à la terrasse d'un café



QU'EST-CE QU'UN RÉSEAU SOCIAL ?

Membre d'un club sportif ? D'une association de parents d'élèves ? Les réseaux sociaux existaient bien avant Internet. Un réseau social n'est rien d'autre qu'un groupe de personnes qui entretiennent des relations entre elles. Les échanges, les interactions entre ses membres définissent le réseau social. Facebook n'est bien souvent que le prolongement de son carnet d'adresses « réel » pour entretenir des relations plus ou moins soutenues avec sa famille, ses amis, d'anciens camarades de classe, des compagnons de voyage…

Les réseaux sociaux virtuels n'ont pas vocation à remplacer les réseaux sociaux « irl » (*in real life*, « de la vraie vie »). Ils en sont le prolongement naturel et technologique. Internet est le réseau qui a démultiplié ces échanges, et permis à un plus grand nombre, à une autre échelle, d'échanger sur des centres d'intérêt communs, des interrogations, des préoccupations, des passions… Internet a donné une autre ampleur au réseau social, en lui ouvrant de nouvelles possibilités, celle des échanges planétaires et celle de l'immédiateté.

Depuis qu'il est possible de participer sur le Web sans connaissance technologique, d'éditer son propre blog sur Internet, de participer à des forums en ligne, de poser des questions, de donner des réponses à d'autres internautes, de commenter et de réagir, de collaborer en ligne comme sur l'encyclopédie Wikipédia, le champ du relationnel, dit « virtuel » par certains, ne cesse de s'élargir.

UNE FACILITÉ D'UTILISATION DÉCONCERTANTE

Toujours est-il que l'avènement de ce Web participatif a ouvert la voie à de nouveaux réseaux sociaux plus larges, plus vastes et plus accessibles, offrant la possibilité de s'y connecter n'importe quand, et, désormais, de n'importe où. Avec le déploiement du haut débit pour le wi-fi et de la 3 G pour les mobiles, les taux de connexion n'ont cessé de progresser et les réseaux sociaux se sont banalisés jusqu'à entrer dans le quotidien des Français. Portés par leur simplicité d'utilisation, les services en ligne à vocation sociale ou relationnelle se sont démultipliés en moins de dix ans.



Les réseaux sociaux en chiffres[1] (France)

Sur les 34 millions d'inscrits, 26 millions de Français utilisent Facebook. Plus de la moitié s'y connecte une fois par jour et l'on y passe en moyenne 5 heures par mois. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, l'âge moyen des utilisateurs augmente et vient de passer à 41 ans.

Sur YouTube, ce sont 72 heures de vidéos qui sont téléchargées dans le monde par minute, et 3 milliards d'heures de vidéos sont vues chaque mois ! Rien qu'en France, 2,7 millions de visiteurs uniques par jour consultent la page d'accueil de youtube.com.

Twitter est la plateforme qui a connu la plus forte progression d'inscrits en France en 2012 ; 12 % des Français disent y être inscrits. Et 5,5 millions en sont des utilisateurs actifs (ils ne consultent pas seulement les fils d'actualité, mais tweetent aussi).

Plus de 2 000 sites de rencontre sont recensés en France. Près de un célibataire sur cinq est inscrit sur une de ces plateformes sociales.

1. Sources : Facebook, Google, Twitter, Médiamétrie, Quantcast, IFOP, Chiffres pour l'année 2012.

En France, 75 % des cent plus grandes entreprises utilisent LinkedIn pour recruter. Plus des trois quarts des cadres de moins de 30 ans sont inscrits sur Viadeo ou LinkedIn.

Eh oui, les réseaux sociaux, c'est facile !

- D'abord, il est facile de s'y connecter. Dans la course contre le temps que vous pouvez parfois ressentir, vous pouvez continuer à « fréquenter » les réseaux sociaux, prendre des nouvelles, vous enquérir aisément des nouveautés sur vos centres d'intérêt en vous connectant, même rapidement.
- Vos connaissances sont déjà probablement nombreuses à se servir des réseaux sociaux : vous aimeriez peut-être garder plus souvent le contact avec elles ?
- Ensuite, il est facile d'entrer en contact avec quelqu'un que l'on ne connaît pas. Vous avez besoin d'un renseignement sur votre ancienne école, sur un festival où vous souhaitez vous rendre, sur une formation ?
- Sur les réseaux sociaux, vous pouvez entrer en relation avec le responsable des anciens, avec le chargé des relations publiques, avec un ancien stagiaire…
- Il est aussi très simple d'utiliser les réseaux sociaux, de les manipuler, et de recourir à leurs fonctionnalités. Les plateformes ont été pensées pour faciliter une appropriation relativement immédiate et intuitive.
- Si chaque réseau social a ses particularités, des usages qui lui sont propres et qui m'incitent à utiliser celui-ci plutôt

qu'un autre, selon que je veux annoncer un événement à mes proches, une actualité professionnelle à mon réseau, ou simplement visionner un film, la plupart des réseaux sociaux fonctionnent de la même manière, sur la base d'une ergonomie extrêmement simplifiée.

Conseil de l'expert



Pensez les réseaux sociaux comme des facilitateurs !
L'une des raisons du succès des réseaux sociaux est leur facilité d'utilisation. Pensez-les comme un « plus » adossé à vos cercles relationnels, comme un service supplémentaire à votre disposition.

Concrètement, comment s'y prendre ?

TOUR D'HORIZON DES POSSIBILITÉS OFFERTES

Je peux :

- y créer un profil (plus ou moins renseigné, selon ce que je souhaite faire apparaître) ;
- partager des fichiers (articles, photos, vidéos) ;
- commenter et recommander ces contenus ou ceux publiés par mes contacts ;
- rechercher des contacts et me mettre en relation avec eux ;

- visualiser les actualités, contenus et informations mis en avant par mon réseau en ligne (mes contacts).

En considérant les réseaux sociaux comme des facilitateurs, je m'aperçois qu'ils ont la valeur ajoutée que je veux bien leur accorder.

En France, plus de 82 % des internautes sont membres d'un réseau social, et nous sommes membres de 3,5 réseaux sociaux en moyenne. La pratique des réseaux sociaux en ligne est donc d'ores et déjà bien ancrée. Elle est devenue la norme, loin de ne concerner que les jeunes. Alors, pourquoi pas moi ?

GRATUITÉ ET EXCEPTIONS PAYANTES

L'inscription et l'utilisation sont gratuites pour la grande majorité des réseaux sociaux. Nul besoin de dépenser le moindre sou pour utiliser Facebook, Twitter, Pinterest… Il s'agit de services gratuits, dans la lignée du déploiement d'Internet. Facebook en fait même son argument principal dans son slogan : *« C'est gratuit, et ça le restera toujours »*, ce qui est surtout vrai pour les particuliers.

YouTube et Dailymotion vont même jusqu'à payer certains de leurs usagers et proposent un système de rémunération aux auteurs qui choisissent cette plateforme pour diffuser leurs vidéos, au prorata du nombre de vues. L'un des « youtubeurs » français les plus populaires sur ces plateformes est Rémi Gaillard, auteur de *happenings* et gags à succès. Avec plusieurs millions d'abonnés et un nombre de spectateurs par vidéo digne de faire pâlir d'envie bien des émissions télévisées, il est suivi de près par la relève, les jeunes humoristes Norman et Cyprien.

Les plateformes sociales se rémunèrent sur les campagnes de publicité des annonceurs. En 2012, la plupart des médias sociaux ont achevé de déterminer leur modèle économique et déployé leur offre aux entreprises. Les réseaux sociaux ne sont pas nés de la dernière pluie, et ne vivent pas que du beau temps : il y a des têtes pensantes derrière, et désormais de nombreux salariés.

Voici quelques exceptions à la gratuité des plateformes pour les particuliers.

Les options avancées sur abonnement

Pour certains sites, l'inscription et l'usage minimum sont gratuits, mais certaines options avancées – dites souvent « premium » – sont payantes. Un abonnement mensualisé permet alors d'accéder à l'ensemble des fonctionnalités de ces plateformes. C'est le cas :

- de la quasi-totalité des plateformes de blogging (plateformes pour créer votre blog comme WordPress) ;
- des plateformes d'écoute de musique comme Deezer ou Spotify. Un premier niveau d'abonnement permet d'écouter de la musique en illimité *via* une connexion Internet, un autre niveau d'abonnement permet d'exporter la musique sur ses terminaux mobiles (téléphone, tablette) sans connexion Internet ou 3 G ;
- des réseaux sociaux pour les professionnels Viadeo et LinkedIn. Sur Viadeo, il est nécessaire de s'abonner pour entrer en contact avec n'importe quel membre et savoir qui a visité son propre profil (un recruteur potentiel ? Un éventuel partenaire ?). Sur LinkedIn, l'abonnement permet notamment d'envoyer des messages à des personnes se trouvant hors de son réseau ;

- de certains sites de rencontre comme Badoo (options payantes pour les hommes uniquement...).

Les réseaux sociaux payants

Certains réseaux sociaux ne sont utilisables que sur abonnement. Les cas sont très rares. Il s'agit principalement de sites confidentiels, de type clubs, ou de sites de rencontre comme Meetic.

UNE PRIORITÉ : DÉFINIR SES OBJECTIFS

Les motivations qui poussent les internautes à « réseauter » en ligne sont aussi diverses que clairement identifiées. Il est fort probable que je me retrouve dans l'un des schémas d'intérêt évoqués par les nouveaux inscrits sur les plateformes sociales, que ce soit pour des raisons personnelles ou professionnelles :

- d'un point de vue personnel, les réseaux sociaux facilitent la communication avec les proches. Famille, amis, camarades de classe, anciens collaborateurs : il est aisé d'entretenir des relations plus régulières et soutenues grâce à l'actualisation des données de leur profil qui nous donnent de leurs nouvelles ou aux messageries privées. Partager des informations, des événements, échanger... peut être fait « en *off* » ou publié à destination d'un public plus large si tel est votre souhait ;

- d'un point de vue professionnel, les réseaux sociaux sont de puissants outils de mise en relation, de communication et d'autopromotion. Ils s'avèrent être d'une aide précieuse pour leurs membres actifs dans des perspectives de mobilité (pour recruter ou être recruté), de gestion de carrière (pour être remarqué et ouvert à toute éventuelle opportunité), ou de dialogue avec ses pairs.

Exercice

IDENTIFIEZ VOS MOTIVATIONS

Si l'on regarde d'un peu plus près les raisons pour lesquelles les internautes vont sur les réseaux sociaux, n'y en a-t-il pas dans lesquelles vous vous retrouvez ? Notez les motivations d'inscription aux réseaux sociaux susceptibles de vous correspondre :

- rester en relation avec d'anciens collègues ou amis, retrouver des camarades de classe ou de promotion… Bref, garder le contact avec des proches malgré l'éloignement géographique (dans ce cas, vous utiliserez Facebook, Skype, Google +…) ;
- partager ses passions : s'informer et communiquer, échanger et discuter autour de centres d'intérêt communs (Twitter, Facebook, Viadeo, LinkedIn, les blogs…) ;
- nouer de nouvelles relations, se créer un nouveau réseau (sites de rencontre, réseaux sociaux professionnels…) grâce à des contacts directs et une mise en relation simplifiée à l'extrême (un clic) ;
- s'informer sur ses centres d'intérêt *via* des fils d'actualité et, éventuellement, informer son réseau avec le partage de photos, de vidéos, d'articles (Twitter, les plateformes de photos, de vidéos, ou de documents texte en ligne…) ;
- être recruté ou repéré sur le plan professionnel, ou collaborer en ligne (les réseaux sociaux professionnels, les blogs…).

Oser se lancer pas à pas

La peur de « s'y mettre » est souvent liée à l'image que l'on risque de donner. Si je vais sur les réseaux sociaux en ligne maintenant, que vont penser mes amis, mes connaissances, mes collaborateurs ? Que je cherche du travail ? Que je fais preuve désormais de curiosité poussée à leur égard ?

Mais si votre réseau est aussi en ligne, c'est bien qu'il y trouve son compte. Le fait que vous entriez dorénavant en relation en ligne semblera normal à vos cercles de connaissances, déjà familiers et usagers des réseaux sociaux.

DE QUOI AVOIR PEUR, AU JUSTE ?

La peur de ne pas avoir assez de temps est aussi, bien souvent, un frein à l'inscription sur les réseaux sociaux. « Les réseaux sociaux ? Déjà que je n'ai pas assez de temps pour moi… »

Denrée rare que le temps ! Qu'il faut savoir gérer, comme tout. Bien sûr qu'être hyperactif sur les réseaux sociaux peut être chronophage. Bien sûr que si l'on en vient à vouloir tout y consommer, en permanence, si l'on y erre sans savoir ce que l'on cherche véritablement, ils deviennent un passe-temps extrêmement prenant face à la quantité de contenus qui y sont émis. Une échappatoire, en quelque sorte. Mais j'en serais alors le seul responsable.

Car utiliser les réseaux sociaux n'est pas nécessairement synonyme d'hyperconnectivité. Si l'on sait pourquoi l'on y est et ce que l'on y cherche, nul ne sera besoin d'y passer trop de temps pour y être

actif et efficace. Les réseaux sociaux deviennent alors un gain de temps. Notamment parce qu'ils permettent de communiquer une information jugée importante à l'ensemble de vos cercles de connaissances en même temps, ou à un cercle restreint de destinataires que vous aurez préalablement sélectionnés en fonction de la nature de l'information (personnelle, professionnelle, etc.).

Gain de temps, mais aussi latitude dans le temps : vous pouvez choisir le moment où vous vous connectez sans vous assurer au préalable que vos interlocuteurs sont disponibles. Ils recevront l'information ou votre message privé à leur prochaine connexion.

Il est d'ailleurs étonnant de voir à quel point la peur de l'addiction est souvent la barrière solidement maintenue face aux réseaux sociaux ! « Ah non, moi, les réseaux sociaux, je n'y vais pas. Trop peur de devenir accro… »

Accro ? Appréhender l'addiction aux réseaux sociaux, c'est craindre de se replier sur soi-même et de se couper de la réalité. Mais vous complairiez-vous vraiment uniquement dans des relations sociales virtuelles sur les réseaux sociaux ?

Y être, c'est aussi savoir se prémunir contre une intrusion constante des échanges, poussant à l'excès et à la surconsommation, et maîtriser sa crainte de rater une info ou un événement en temps réel. Pour ce faire, il est notamment possible de préférer la qualité de son réseau à la quantité des échanges, de s'abonner aux bonnes sources d'information sur les sujets qui nous intéressent, les sources les plus exhaustives, les contacts les plus intéressants, etc. Afin qu'une consultation constante, mais ponctuelle, nous suffise. Nul ne sera besoin de vous sevrer

et de surmonter quelque addiction que ce soit aux réseaux sociaux si vous vous abstenez de tout vouloir ingurgiter et si vous vous montrez sélectif. Délectez-vous de morceaux choisis d'information et des échanges les plus délibérément savoureux.

Qui plus est, personne n'attendra de vous une présence constante ou une réponse immédiate sur les réseaux sociaux, à moins que vous ne soyez une marque qui a pignon sur rue ou une grande entreprise.

Conseil de l'expert



Nul besoin d'une réactivité effrénée : prenez votre temps, prenez soin des relations que vous cherchez à favoriser. Privilégiez un usage raisonné et des échanges de qualité !

Il peut aussi vous sembler absurde de s'épancher sur sa vie personnelle aux yeux de tous, face au manque apparent de pudeur sur les réseaux sociaux. Facebook en particulier fait peur, parce que beaucoup d'utilisateurs n'ont pas conscience de mettre en vitrine leur vie privée en dévoilant leurs habitudes de vie, leurs loisirs, voire leurs opinions politiques ou religieuses.

Mais il ne tient qu'à l'utilisateur de ne pas mettre davantage d'informations sur sa vie personnelle et de ne pas répondre aux sollicitations des réseaux à donner davantage d'informations. Il faut avoir conscience qu'il ne s'agit pas d'un espace privé, même si l'on y converse depuis son canapé, et savoir sélectionner les publications que l'on y émet ou les personnes qui pourront les visualiser.

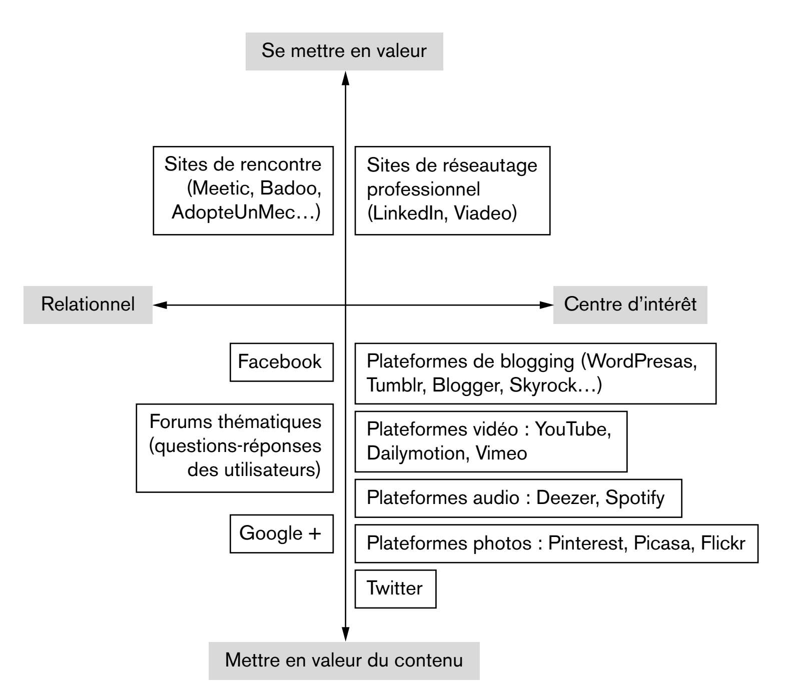


Être vu, ou visible, n'est pas synonyme d'exhibitionnisme !

AFFINER SES BESOINS

En fait, certains réseaux sociaux sont un terrain plus propice à l'autovalorisation – et donc à l'épanchement ou au nombrilisme – que d'autres, davantage dédiés à la valorisation de contenus, d'informations, à la mise en ligne de textes, d'images ou de vidéos. Si l'on représentait les réseaux sociaux les plus répandus sous forme de cartographie, on aurait à l'une des extrémités la valorisation de soi et, à l'autre, la valorisation du contenu que l'on met en ligne.

De même, certains réseaux sociaux sont davantage centrés sur le relationnel et le réseau – les membres y étant principalement pour se faire de nouveaux contacts ou échanger avec leurs proches – que d'autres, où c'est moins le cercle relationnel et les personnes le constituant qui priment que les centres d'intérêt ou les goûts partagés. À vous de savoir quelles branches de ce schéma vous souhaitez emprunter !



Les axes de fonctions des réseaux sociaux

Aurélie travaille dans une start-up. Elle évolue depuis plus de quinze ans dans les nouvelles technologies. Autant dire qu'elle est une vieille routarde des réseaux sociaux et une adepte de la première heure des réseaux sociaux professionnels. Elle affiche désormais plus de 500 contacts sur Viadeo et LinkedIn, les professionnels de son secteur étant particulièrement bien représentés sur ces réseaux depuis leur création. Anciens copains de la fac, anciens et nouveaux collaborateurs, partenaires commerciaux… C'est bien simple, après chaque nouvelle rencontre professionnelle, elle invite quasiment systématiquement son

nouveau contact à rejoindre son cercle professionnel, quand cela n'a pas déjà été fait par lui, afin de ne pas « perdre le fil ».

Quand son beau-père, patron d'une PME, s'est mis à rechercher un partenaire dans le secteur de la distribution, elle lui a chaleureusement recommandé de s'inscrire à ces réseaux, ce qui s'est avéré fructueux par la suite. Mais, à chaque connexion de son beau-père, Aurélie recevait une notification de sa part : « Attention, je vois que vous avez de nouveaux contacts. Si je le vois, votre patron peut le voir aussi ! » Il ne comprenait pas, au départ, que l'on puisse élargir son réseau professionnel sans pour autant chercher activement un emploi. D'où sa crainte. Ce qui faisait beaucoup sourire Aurélie. Sans ce réseau, elle n'aurait peut-être pas elle-même recruté si vite dans son équipe lorsque cela a été nécessaire, elle n'aurait pas trouvé certains de ses nouveaux clients, elle n'aurait pas réussi à fidéliser certains partenaires. Elle n'aurait même pas été recrutée par son patron, puisqu'elle lui a été recommandée précisément par ces réseaux ! Les temps ont changé, le marché du travail aussi, et son beau-père avec, conclut-elle avec philosophie.

S'INSCRIRE EN PREMIER LIEU SUR TWITTER

Les craintes liées aux réseaux sociaux portant essentiellement sur la dimension relationnelle (l'image que l'on peut donner), les informations et données personnelles qui peuvent être archivées, ou le facteur temps, nous vous proposons de vous inscrire sur Twitter :

- vous pouvez utiliser la plateforme sans employer votre vrai nom : l'utilisation peut être anonyme pour les autres utilisateurs ;

- vous pouvez ne donner aucune information personnelle autre qu'une adresse e-mail valide pour vous prémunir contre d'éventuelles atteintes relatives à l'utilisation de vos données personnelles ;
- vous pourrez vous désabonner à tout moment ;
- vous pouvez vous abonner à des comptes Twitter de tiers (personnes, journaux, personnalités, institutions, associations…), sans pour autant que la réciproque soit vraie : vous vous abonnez unilatéralement aux sources d'information que vous voulez en un clic, sans que cet abonnement soit nécessairement validé par le compte tiers. L'utilisation de Twitter est souple : c'est vous qui décidez de ce qui vous intéresse ;
- vous pouvez donc vous abonner à des comptes sans pour autant publier ou tweeter, ainsi vous ne disposerez d'aucune vitrine virtuelle si vous le souhaitez ;
- vous pourrez utiliser Twitter avec parcimonie, sans que cela devienne chronophage : c'est vous qui décidez quand vous vous connectez à la plateforme pour y lire vos actualités, sans que les messages ou actualités deviennent intrusifs, hors quelques e-mails de Twitter pour vous inciter à élargir votre réseau.

L'autre avantage de Twitter est que la plateforme est moins centrée sur des cercles relationnels effectifs que sur des centres d'intérêt personnels. Les tweets (ou publications Twitter) ont bien souvent un sujet référencé dans le moteur de recherche interne de Twitter. Vous pouvez donc y trouver facilement des informations de qualité sur vos hobbies, sujets de recherche…

C'est notamment la raison pour laquelle Twitter est devenu un média consulté pour la revue de presse du matin par des dirigeants d'entreprise, de radio ou de télévision.

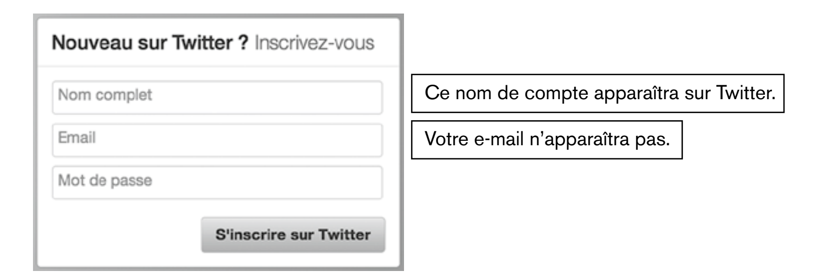
Quoi de mieux que de commencer par s'inscrire sur les réseaux sociaux pour se rendre service ou, mieux encore, pour se faire plaisir autour de ses passe-temps préférés ? Alors, allons-y, cernons comment nous dorloter avec Twitter !

La démarche en deux étapes simples

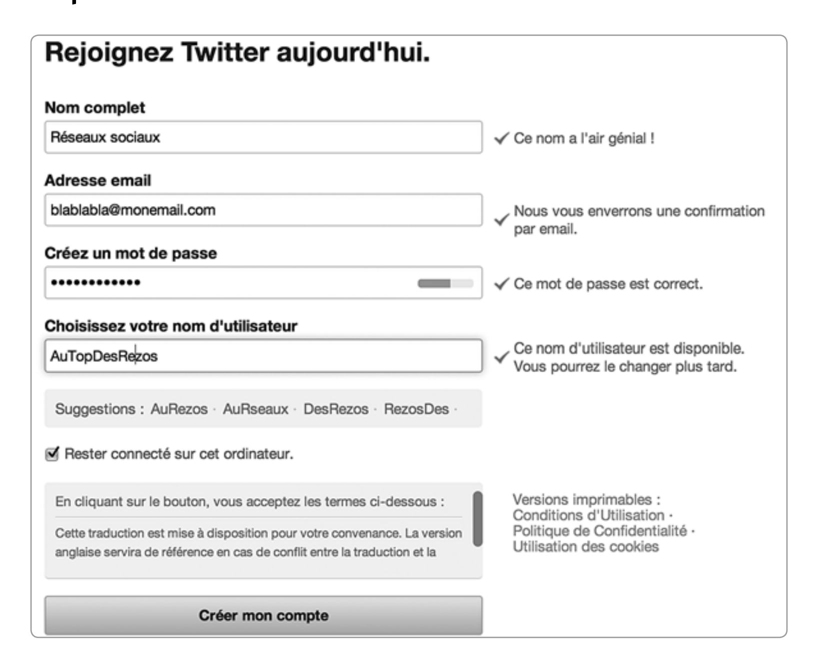
S'inscrire à Twitter prend deux minutes. Pour cela, il suffit d'aller sur twitter.com, d'entrer une adresse e-mail et un mot de passe, puis deux noms :

- le « nom complet » : c'est le nom de votre compte ;
- le « nom d'utilisateur » : ce sera le nom de votre adresse Twitter.

Étape 1 :



Étape 2 :



Vous pouvez choisir 2 pseudonymes (faux noms) pour essayer.

Voici ce qui apparaîtra alors sur votre compte :





Aucune information personnelle ne vous sera demandée. Si ce n'est de « retrouver vos contacts sur Twitter » (cette option permet d'entrer en contact avec vos contacts mails qui sont déjà inscrits sur Twitter, *via* l'adresse e-mail fournie). Vous pourrez tout à fait passer cette étape et vous inscrire, sans entrer en relation avec qui que ce soit que vous ne connaissiez déjà.

Le seul prérequis est de s'abonner à des fils d'actualité. Vous pouvez notamment choisir de suivre des journaux ou magazines d'information. Vous pourrez ensuite vous désabonner de ces fils d'actualité quand bon vous semblera. Twitter vous en propose à l'inscription :



Une liste de suggestions vous est proposée par Twitter à cette étape (= sources d'information). Il vous suffit d'en cocher 6 à chaque étape (2) avant de valider l'inscription.

Après l'inscription, confirmez cette dernière *via* l'adresse e-mail fournie.

Ensuite, si vous entrez le sujet qui vous intéresse dans la barre en haut du moteur de recherche Twitter (exemple : équitation, vin, chocolat...), vous serez stupéfait du nombre de résultats sur le sujet !



La clé de l'intérêt de Twitter est là : ce moteur de recherche vous donnera accès à une masse d'informations en temps réel sur tous les sujets.

Exercice

TESTEZ L'INTÉRÊT DE TWITTER

Déterminez un sujet qui vous tient à cœur, un centre d'intérêt pour lequel vous seriez ravi d'avoir à disposition un flux d'actualités (sport, œnologie, gastronomie, etc.).

Inscrivez-vous sur Twitter.

Tapez l'un de vos centres d'intérêt dans le moteur de recherche et visualisez les résultats.

Après cet exercice, il y a fort à parier que vous vous intéresserez d'un peu plus près à l'utilisation des réseaux sociaux…

CHOISIR D'ÊTRE SPECTATEUR… OU ACTEUR

En adoptant certains comportements sur les réseaux sociaux dans leur ensemble, vous en retirerez tous les bénéfices et saurez profiter, à titre personnel, de tous les effets de réseau qui ont fait leur succès. Il s'agit principalement de connaître votre intention première en allant sur les réseaux sociaux. Fixez-vous un objectif ! Il vous donnera la ligne directrice qui vous amènera naturellement à constituer votre réseau en ligne, à publier des éléments qui intéressent effectivement votre communauté, et donc à favoriser les échanges de qualité. Jusqu'à profiter d'effets de réseau positifs. Alors, allons-y !

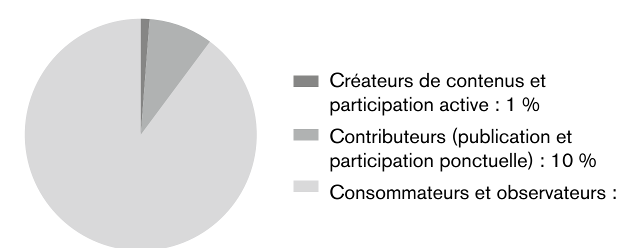
Tout d'abord, achevons de nous décomplexer sur les réseaux sociaux. Rien ne vous empêche d'y être sans pour autant être actif, simplement par curiosité. Vous pourrez à tout moment vous désinscrire si vous le souhaitez. Votre présence « silencieuse »

ne sera ni mal perçue ni blâmée, puisque votre cas sera loin d'être isolé !

En effet, si l'on observe de plus près le taux de participation des communautés en ligne, on constate que seul 1 % des membres des réseaux sociaux participent activement et créent eux-mêmes du contenu, tandis que 10 % des membres contribuent et publient du contenu vu sur le Web. *A contrario*, la majorité silencieuse correspondrait à 89 % des membres en moyenne. Des membres qui lisent, s'informent, regardent et consomment les contenus sur les réseaux sociaux, mais ne contribuent pas eux-mêmes. Et d'ailleurs, qui ne connaît pas des grands-parents ou des parents qui seraient d'abord allés sur Facebook par curiosité, parce que leur progéniture y est, pour observer ce qui y est dit ou fait ? Nombreux sont aussi les membres des réseaux sociaux professionnels à s'être inscrits, à avoir mis leur CV en ligne au moment d'une recherche d'emploi et à s'être installés depuis dans une certaine désaffection, ou du moins à être devenus plus passifs, une fois leur objectif atteint. Twitter est donc loin d'être le seul réseau social concerné par la présence de profils simplement curieux.

À noter

Profils taupes, profils dormants ? Vous ne serez pas stigmatisé en vous inscrivant sous votre vrai nom, tant ce comportement est courant.



La règle du 1 %[2] ou le « principe du 89-10-1 »

Mais à n'être que spectateur de ce qui se passe sous vos yeux sur les réseaux sociaux, sachez que vous risquez de vous y ennuyer fermement. En se positionnant comme simple spectateur de ce qui se fait et se dit dans votre réseau, en perdant la curiosité initiale qui vous aura motivé à vous inscrire, au bout d'un certain temps, vous en perdrez nécessairement l'intérêt. Déjà, parce que vous ne visualiserez que les données produites par les membres les plus actifs de votre réseau, lesdits « créateurs » ou « contributeurs » de contenus, qui ne sont peut-être pas les membres principaux de votre cercle relationnel que vous souhaitiez « fréquenter » sur le Web au départ. Ensuite, parce que le réseau s'apparentera bientôt à une chaîne télévisée, où le flux d'actualités ou de contenus défilera sans prise pour vous, préempté par les émetteurs de contenus sociaux à succès.

OPTER POUR UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE

Au-delà de la simple curiosité, nous vous conseillons donc de déterminer votre intention en amont de votre inscription sur les réseaux sociaux. Rendez-vous service ! Certains proches vous

2. L'expression est d'abord apparue sous la plume de Ben McConnell et Jackie Huba.

manquent et sont trop distants ? Lesquels ? La priorité sera alors de nourrir des relations plus soutenues avec eux. Vous souhaitez donner de la visibilité à vos compétences professionnelles ? La priorité sera alors de nouer des relations avec des professionnels de votre secteur et de publier régulièrement du contenu sur vos sujets de prédilection.

Les entreprises ou les marques qui vont sur les réseaux sociaux mettent en place une stratégie de communication et une politique éditoriale propres à chaque réseau social. La première question qu'elles se posent est donc : quelle est la valeur ajoutée de ma présence sur les réseaux sociaux ? Avec qui je veux être en contact ? Avec quelle audience ? Et que vais-je y publier ? Sur les réseaux sociaux, les marques se comportent comme des médias à part entière et publient du contenu dédié aux audiences qu'elles souhaitent toucher. Et, en effet, quel serait l'intérêt pour leur public de les suivre activement sur les réseaux sociaux, s'il y retrouvait exactement les mêmes éléments que sur le site Internet officiel ?

Conseil de l'expert



Donnez-vous une intention, une ligne à tenir. Elle portera ses fruits. Vous expérimenterez pleinement l'efficacité de vos réseaux sociaux. Et elle vous stimulera pour susciter des échanges à forte valeur ajoutée pour vous ! Elle vous aidera aussi à avoir toute la souplesse pour intervenir au quotidien, lorsque le besoin se fera sentir de mobiliser votre réseau, que ce soit votre réseau pro ou votre réseau d'amis élargi. Elle vous permettra enfin de publier du contenu intéressant pour votre réseau (qui, ne l'oublions pas, peut n'être que consommateur de contenus, et pourrait s'ennuyer ferme sans vous !) ou à solliciter les bonnes personnes au bon moment si nécessaire.

Un membre de votre famille cherche un job et vous le savez particulièrement compétent ? Vous n'hésiterez pas à transférer son CV à votre réseau de connaissances professionnelles, si vous en connaissez dans le secteur d'activité concerné. De la même manière, il est devenu très facile de mobiliser son réseau d'amis, voire d'amis d'amis, sur les réseaux sociaux. Vous avez besoin d'être dépanné ? Pour un déménagement, une publication sur Facebook à destination de vos amis suffira certainement pour rameuter suffisamment de petites mains (et de gros biceps). Vous cherchez un locataire ? Mieux qu'une petite annonce, qui pourra, certes, vous apporter davantage de visibilité et donc de contacts, diffuser votre annonce d'abord à vos amis vous permettra d'être mis en relation, dans un premier temps, avec d'éventuels locataires de confiance. Ces amis sont susceptibles à leur tour de transférer votre annonce à leur propre cercle relationnel sur la plateforme si vous les y incitez. Voilà qui pourrait bien faire boule de neige. « Petit à petit, l'oiseau fait son nid », dira bientôt le locataire !

Dans tous les cas, il est plus facile de faire fonctionner les effets de réseau sur les plateformes sociales que par mail. Plus besoin de rentrer les adresses e-mail de mes contacts pour diffuser une information. *Idem* pour ces contacts, s'ils souhaitent relayer à leur tour ladite information. Que je diffuse un message sur mon profil social, et il pourra théoriquement être visible par l'ensemble de ma communauté. Mes relations seront à leur tour les mieux à même de relayer mon message, puisqu'il suffira d'un clic pour qu'elles le mettent sur leur profil. Mon message sera alors non seulement visible par mes contacts, mais aussi par les cercles relationnels de ceux qui auront partagé mon annonce (dits « contacts de deuxième degré »). Et, qui sait, peut-être sera-t-il

encore à nouveau partagé jusqu'à mes contacts de troisième degré ? La diffusion de mon message se ramifie progressivement pour essaimer en bouquet chaque fois qu'il est relayé. Quel joli bouche-à-oreille…

Bon à savoir : les réseaux sociaux rétrécissent le monde !

De nombreux chercheurs en sciences humaines et en sciences sociales travaillent sur le fonctionnement des relations sociales et la modélisation des réseaux sociaux.

Le XXe siècle a été l'époque des travaux sur les réseaux sociaux traditionnels. Plusieurs chercheurs ont montré que nous étions à 6 degrés de séparation de n'importe qui dans le monde, autrement dit qu'il y a maximum 5 contacts seulement entre moi et qui que ce soit sur cette planète. Voilà qui est plutôt rassurant, non ?

En effet, si j'y regarde d'un peu plus près, je suis peut-être à 3 degrés seulement du président de la République et à 4 degrés du président américain ! Il ne s'agit pas, bien sûr, de relations effectives, mais je peux entrer en relation avec un politique local, qui peut lui-même entrer en relation avec un ministre, qui est lui-même en relation avec le président, qui lui-même peut contacter Barack Obama ! Cela ne fait que 3 intermédiaires et me placerait à 4 degrés de séparation du président américain.

Le XXIe siècle a, bien entendu, élargi ces travaux de recherche aux réseaux sociaux en ligne. Or, je peux aisément y entrer directement en contact avec quelqu'un que je ne connais pas, simplement parce que nous avons une relation ou un centre d'intérêt en commun. Cela est particulièrement flagrant sur les réseaux sociaux professionnels où je peux entrer en relation avec quelqu'un que je ne connais pas, simplement parce que nous travaillons dans le même secteur d'activité et que je souhaiterais échanger avec lui, parce que son entreprise ou sa fonction m'intéresse, parce que nous avons un

Bon à savoir : les réseaux sociaux rétrécissent le monde ! *(suite)*

parcours similaire… Je peux passer outre à un maillon de la chaîne, entrer en contact sans intermédiaire (sauter un degré).

Sur les réseaux sociaux virtuels, nous serions donc « moins séparés » de n'importe quel membre que dans un réseau social traditionnel. D'après les modélisations et représentations des scientifiques, nous serions en moyenne à 4,7 degrés de séparation de n'importe qui sur Facebook. À l'échelle d'un seul pays, ce chiffre se rapproche même de 3. Sur LinkedIn, si je suis en relation avec 100 contacts professionnels (premier degré), qui ont eux-mêmes 100 autres contacts professionnels (deuxième degré), qui ont eux encore 100 autres contacts professionnels (troisième degré), alors je suis potentiellement en relation avec 100 x 100 x 100 contacts. Soit 1 million de personnes en deux clics !

Rétrécir n'est pas étriquer. Essayez !